

VELEUČILIŠTE „NIKOLA TESLA“ U GOSPIĆU

Anamarija Jurković

DOT - COM SLOM TRŽIŠTA DOT-COM MARKET BREAKDOWN

Završni rad

Gospić, 2018.

VELEUČILIŠTE „NIKOLA TESLA“ U GOSPIĆU

Upravni odjel

Stručni upravni studij

DOT – COM SLOM TRŽIŠTA

DOT-COM MARKET BREAKDOWN

Završni rad

MENTOR :

Mr.sc. Denis Buterin, v. pred.

STUDENT :

Anamarija Jurković

MBS: 0296015473

Gospić, rujan, 2018.

Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću

Upravni odjel

Gospić, 3. travnja 2018.

Z A D A T A K

za završni rad

Pristupniku Anamarija Jurković MBS: 0296015473

Studentu stručnog studija Upravni studij izdaje se tema završnog rada pod nazivom

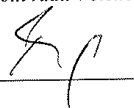
„Dot com“ slom tržišta

Sadržaj zadatka :

Istražiti značajke investicijskih balona te analizirati njihove pojavne oblike kroz povijest. Analizirati okolnosti koje su dovele do investicijskog balona poznatog kao „dot com“ te njegove specifičnosti. Istražiti posljedice na poslovanje koje je izazvao tržišni krah navedenog balona. Temeljem provedenog istraživanja dati preporuke koje se mogu primijeniti u budućnosti. Rezultate istraživanja sustavno prikazati u zaključku.

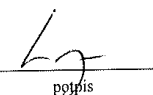
Završni rad izraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta „Nikola Tesla“ u Gospiću.

Mentor: Denis Buterin zadano: 3. travnja 2018.,

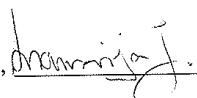


Pročelnik odjela: TONISLAV LOPAC, V. PELO
(ime i prezime)

predati do: 30. 04. 2018.
(nadnevak)


potpis

Student: Anamarija Jurković, primio zadatak: 3. travnja 2018.,



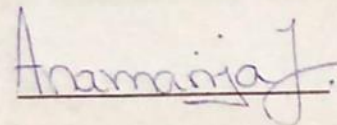
Dostavlja se:

- mentoru
- pristupniku

IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom „DOT-COM SLOM TRŽIŠTA“ izradila samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora mr. sc. Denisa Buterina, v.pred.

Anamarija Jurković

Handwritten signature of Anamarija Jurković in blue ink, written over a horizontal line.

SAŽETAK

U završnom radu je opisan širi aspekt informacija o „dot- com“ slomu tržišta od razvoja pa sve do propasti. Njegov slom postao je globalni fenomen prvenstveno zahvaljujući broju upletenih međunarodnih banaka, investicijskih fondova, fondova rizičnog kapitala i privatnih investitora iz svih krajeva svijeta. Radilo se o špekulacijama i investicijama u brojne Internet kompanije (odatle i naziv .com). Američki poslovni mediji, čak i vrlo poštovani Forbes magazin i Wall Street Journal, ohrabivali su javnost za ulaganja u rizične internet kompanije zanemarujući loše poslovne prakse i kršenje osnovnih financijskih principa. Kampanje koje su vodile kompanije putem televizije, letaka ili kroz sportske događaje konstantno su privlačile nove investitore. Kombinacija brzorastućih cijena dionica, povjerenja burzi da će kompanije opravdati rast budućim profitima, te špekulaciji i lako dostupnom kapitalu stvorilo se okruženje u kojem su ulagači bili voljni prevoditi klasične pokazatelje poput fundamentalne analize i fokusirali se na uvjerenje o tehnološkom napretku.

U drugoj tezi obrađene su značajke investicijskih balona. Pod tom cjelinom navedene se faze razvoja balona te investicijski baloni kroz povijest. Najpoznatiji baloni u povijesti, koji su se prije par mjeseci zbog bitcoina ponovo izvlačili iz arhiva, a to su oni nizozemskih tulipana i američkih tehnoloških dionica.

U posljednjoj tezi navedene su posljedice uzrokovane slomom tržišta te koje su to najveće kompanije koje su preživjele.

Ključne riječi: dot-com, investicijski baloni, bitcoin, slom tržišta

ABSTRACT

In the final work, the broader aspect of the information on the "dot-com" of the market slump from development to destruction is described. Its breakthrough has become a global phenomenon, primarily due to the number of intertwined international banks, investment funds, venture capital funds and private investors from all over the world. It was about speculation and investment in numerous internet companies (hence the name .com). American business media, even the most respected Forbes magazine and the Wall Street Journal, have encouraged the public to invest in a risky Internet company, ignoring bad business practices and violating basic financial principles. Campaigns run by companies through TV, leaflets or sporting events have always attracted new investors. The combination of rising stock prices, confidence of the company to justify growth in future profits, and speculation and easily accessible capital created an environment in which investors were willing to translate classical indicators such as fundamental analysis and focus on a belief in technological progress.

In the second case, the features of the investment balloons are discussed. Below are the phases of balloon development and investment balloons throughout history. The most famous balloons in history that had been pulled out of the archives a few months ago due to bitcoins, and these are Dutch tulips and American technology stocks.

In the last tenet, the consequences are caused by a market downturn and which are the largest companies that survived

Keywords: dot-com, investment balloons, bitcoin, market growth

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. ZNAČAJKE INVESTICIJSKIH BALONA.....	2
2.1. Definiranje balona i faze razvoja	3
2.2. Investicijski baloni kroz povijest	5
3. RAZVOJ I PROPAST „DOT COM“ BIZNISA.....	7
3.1. Povijest interneta	9
3.2. Koncept „Nove ekonomije“ i Silicijska dolina	12
3.3. Kraj tržišta i stečajevi dot.com poduzeća	17
4. POSLJEDICE „DOT COM“ SLOMA	21
4.1. Kompanije koje su preživjele slom: Google, Microsoft, Amazon.....	23
4.2. Pouke i preporuke za budućnost	28
5. ZAKLJUČAK	31
LITERATURA	32
POPIS FOTOGRAFIJA	34

1. UVOD

„Dot-com” je višegodišnji špekulativni mjehur koji je nastao u periodu između 1995. i 2000. godine. Njegov slom postao je globalni fenomen prvenstveno zahvaljujući broju upletenih međunarodnih banaka, investicijskih fondova, fondova rizičnog kapitala i privatnih investitora iz svih krajeva svijeta. Brzina rasta je ubrzavala sa vremenom i svakim novim tehnološkim otkrićem. Razvoj grafičkog korisničkog sučelja je postao integriran u stranice naročito kroz hiperlinkove na koje se moglo kliknuti. Time je nastala sljedeća generacija Interneta, puno dostupnija javnosti od nekadašnje akademski orijentirane. Sukladno sa prilagodbama dramatično se povećao broj korisnika. Postojeće kompanije shvatile su mogućnosti Interneta za dobivanje informacija, za oglašavanje ili za prodaju. Novost u poslovnom svijetu bile su tzv. Internet kompanije, koje su se često nazivale „dot-com”. Njihova poslovna filozofija temeljila se na širenju baze korisnika što je brže moguće, neovisno o tome stvaraju li gubitke. Tadašnje uvjerenje menadžera bilo je „Postani velik ili nestani”.

2. ZNAČAJKE INVESTICIJSKIH BALONA

Postoje mnogi načini definiranja balona, ali u osnovi se radi o situacijama kada tržišna cijena imovine ode daleko iznad njezine intrinzične vrijednosti. "Iako na financijskim tržištima zapravo nikada ne možemo precizno izračunati kolika je intrinzična vrijednost nečega, možemo samo ugrubo odrediti raspone unutar kojih bi se ta vrijednost trebala nalaziti. Pa i takva nepreciznost je od pomoći jer ako tržišna cijena ode daleko čak i iznad optimističnih procjena raspona intrinzične vrijednosti onda je gotovo sigurno riječ o špekulativnom ludilu i maniji, odnosno balonu", naglašava Alajbeg. Najpoznatiji baloni u povijesti, koje se zbog bitcoina ponovo izvlače iz arhiva, su oni nizozemskih tulipana i američkih tehnoloških dionica. Tulipani su od kraja 1634. pa do svog vrhunca početkom 1637. godine narasli s jednog na šezdeset guldena da bi iste godine ekspresno pali na svega nekoliko centi. Velik broj američkih tehnoloških dionica (i onih koje su se takvima voljele smatrati) su od kraja 1998. pa do proljeća 2000. otišle gore za 1000 do 2000 posto. Nakon kraha te godine mnoge su propale, a čak i one koje su preživjele kao npr. Amazon, Cisco i Qualcomm¹ izgubile su neshvatljivih 90-95 posto, s time da se neke od njih nikada više nisu vratile na najviše dosegnute razine.

(<http://www.poslovnih.hr/trzista/euforija-svih-od-studenata-do-taksista-za-bitcoinombudisjecanja-na-najpoznatije-financijske-balone-u-povijesti-industrije-335518> , 15.07.2018.)

Nama puno bliži tržišni balon, koji bi se prema nekim karakteristikama mogao dovesti u vezu s bitcoinom svakako je „dot-com” balon nastao od travnja 1997. do svibnja 2003. godine na krilima novih startupova povezanih s razvojem interneta. U navedenom razdoblju, vrijednost tehnološkog indeksa NASDAQ, rasla je okvirno od početnih 1000 do 5000 bodova, nakon čega je došlo do naglog pada njegove vrijednosti. Za potpuni oporavak trebalo je proći čak 15 godina. "Međutim, i dionice tadašnjih startupova i današnje kriptovalute, kao inačice bitcoina, imaju zajedničke karakteristike u pogledu pokretača njihove tržišne cijene. Prva i svakako najznačajnija je važnost novog tehnološkog dostignuća. Za dionice je to bio Internet, a za bitcoin

¹ Qualcomm je američka multinacionalna tvrtka za poluvodiče i telekomunikacijsku opremu koja projektira i prodaje bežične telekomunikacijske proizvode i usluge. Ona ostvaruje najveći dio prihoda od čipova i najveći dio svoje dobiti od poslova licenciranja patenata. [2] Sjedište tvrtke nalazi se u San Diegu, Kalifornija, Sjedinjenim Državama, i ima 224 svjetske lokacije

glavna knjiga (tzv. blockchain). Tadašnji start-upovi zbog kojih je nastao „dot-com” balon su bili tek u nastanku i većina njih nije imala stvarnu, praktičnu primjenu nego se zasnivale na ideji. Ni današnji start-upovi zasnovani na ideji svakodnevne primjene blockchaina ne ostvaruju kontinuirane prihode temeljem kojih bi im mogli odrediti fundamentalnu vrijednost. U tom kontekstu drastične razlike između tržišne cijene i fundamentalne vrijednosti, možemo reći da je takav odnos dugoročno neodrživ i postavlja se pitanje do kojih granica njihova tržišna cijena može rasti. (<http://www.poslovni.hr/trzista/euforija-svih-od-studenatadotaksista-za-bitcoinom-budi-sjecanja-na-najpoznatije-financijske-balone-u-povijestiindustrije335518>, 15.07.2018.)

2.1. Definiranje balona i faze razvoja

Balon se pojavljuje kad je potražnja za nečime tolika da cijena naraste iznad svake racionalne razine. Kad investicijski balon pukne, većina investirano novca se izgubi, u tom slučaju većina investitora nastoji prodati svoju investiciju nekome drugome. Spuštaju se cijene, nastupa psihologija mase i panika. Zbog panike dolazi do daljnjeg pada cijena i do još većeg nastojanja investitora da spase što mogu.

Krajem devedesetih svi su bili uvjereni da je kupovina preko interneta budućnost biznisa i ulagali su u nju bez ikakvog razmišljanja. Nije se imalo o čemu ni promišljati. Kompanije koje su se prvi put predstavljale na burzi (Initial Public Offering) nisu imale ponuditi gotovo ništa osim ideje. Pojedine firme su izlazile na tržište sa jednim listom papira na kojem je ispisana vizija firme. Kako je u pitanju bilo potpuno novo tržište, nije bilo moguće napraviti nikakvu analizu tih kompanija.

Nije bilo ni proračuna prihoda niti povrata na investiciju. Samo ideja. Ipak, vodeći analitičari su savetovali da je novac uložen u internet tehnologije sigurniji nego u banci. Najveću pažnju su privlačile kompanije koju su nudile usluge dostave, poput čuvene Pets.com. Činjenice da su u tom periodu troškovi dostave bili enormni i da je ebanking bio tek u povoju, nikom nisu izgledale značajno. Do početka 2000. godine vrijednost „dot-com” tržišta se popela na skoro 3 milijarde dolara. Enormno investiranje uzrokovalo je nevjerovatan rast akcija, pa su pojedine kompanije na kraju prvog dana predstavljanja na burzi bile toliko precijenjene da su završavale sa dupliranom, pa čak i učeterostručenom početnom vrijednošću, što je stvaralo ambijent za još veća ulaganja.

Poslije sloma tržišta uglavnom nastupa razdoblje gospodarske krize. Slom je značajan pad vrijednosti tržišta povezan s pucanjem investicijskog balona. To je situacija kad većina sudionika zbog gubitaka želi napustiti tržište. Većina je poželjela da nikad nije ni ušla na tržište.

Slika 1: Faze razvoja balona



Izvor: Transportgeography.org,

https://transportgeography.org/?page_id=9035, (15.07.2018.)

Prva faza - je ujedno i početak nastanka imovine. To je faza gdje se „pametni novac“ stavlja za početne oklade. Oni koji razumiju nove temelje, shvaćaju novu priliku za buduće ulaganje, ali pod rizikom, budući da njihove pretpostavke do sada nisu dokazane. Tako se "pametni novac" ulaže u klasu imovine, tiho i oprezno (od tud i naziv faze – potih). Ova kategorija investitora ima tendenciju boljeg pristupa informacijama i veći kapacitet za razumijevanje šireg gospodarskog konteksta koji bi pokrenuo inflaciju aktive. Kako se „pametni novac“ s vremenom počinje sve bolje i bolje razumjeti tako se i cijene postepeno povećavaju, uspostavljaju se sve veće i veće pozicije.

(https://transportgeography.org/?page_id=9035, 15.07.2018.)

Druga faza - Mnogi investitori počinju primjećivati zamah, donose sve više novca i povećavaju cijene. Također, može postojati i kratkotrajna faza prodaje, koja se događa s obzirom da je nekoliko investitora u prvom dobitku. „Pametni novac“ koristi se u svrhu da ojača svoje postojeće pozicije. Nešto kasnije u ovoj fazi, mediji počinju primjećivati pozitivna izvješća o tome kako će ovaj novi uspon znatno koristiti gospodarstvu.

(https://transportgeography.org/?page_id=9035, 15.07.2018.)

Treća faza - Svi primjećuju da cijene rastu i javnost ulazi u tu "životnu investicijsku priliku". U ovoj fazi se ne radi o logici, već o psihologiji. Potrošnjom novca dolazi do stvaranja još većih očekivanja i rasta cijena na stratosferske razine. Što je veća cijena, to je više i ulaganja. Prilično nezapaženo od javnosti koja je zahvaćena ovim valom, pametni novac, kao i mnogi institucionalni ulagači tiho izvlače i prodaju imovinu. Tržište postupno postaje sve boljim kao "papirna bogatstva" od redovitih "investitora", a pohlepa se uklapa. Cijene se jednostavno podmiruju sa svim mogućim financijskim sredstvima, osobito s polugom i dugom. Ako je mjehur povezan s lakim izvorima kredita, tada će izdržati mnogo duže nego što bi mnogi promatrači očekivali, stoga diskreditirajući mnoge racionalne procjene da je situacija neodrživa. U nekom trenutku iznesene su izjave o potpuno novim temeljima.

(https://transportgeography.org/?page_id=9035, 15.07.2018.)

Četvrta faza – Trenutak kada dolazi do „okidača“, svi istodobno shvaćaju da se situacija promijenila. Tržište je počelo shvaćati da od naglog rasta „dot-com“ sektora neće biti ništa, nastala je panika i investitori žure s prodajom svojih dionica. Slično balonu koji više ne može izdržati količinu napumpanog zraka, tako i tržište koje se zasniva na ulaganju bez osnova, u jednom trenutku puca. (https://transportgeography.org/?page_id=9035, 15.07.2018.)

2.2. Investicijski baloni kroz povijest

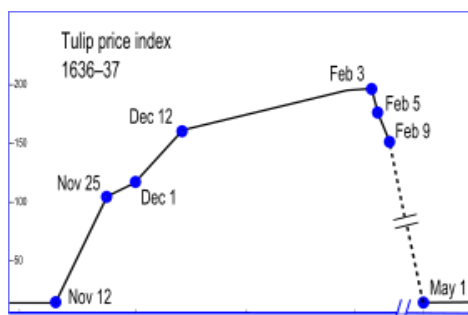
Kada govorimo o povijesti investicijskih balona kroz povijest moramo navesti dva najpoznatija balona u povijesti – cijenom tulipana u Nizozemskoj iz 17. stoljeća te „dot-com“ balonom koji je prsnuo početkom ovog stoljeća. Tulipomanija² je naziv za povijesni financijski slom špekulacijskog mjehura u Nizozemskoj. Tulipani su u Nizozemskoj tijekom druge polovice 16. stoljeća bili kolekcionarski predmet. Uzgajani su kao statusni simbol u vrtovima bogatih osoba, obrazovane buržoazije, znanstvenika i aristokracije. Tijekom 30-ih godina 17. stoljeća, cijene lukovica određenih vrsta tulipana rasle su na razmjerno visoke razine prije nego što je tržište početkom veljače 1637. doživjelo slom.

² Pojava tulipomanije se smatra prvom razmjerno dobro dokumentiranom gospodarskom krizom koja je nastala nastankom spekulacijskog mjehurića u povijesti. Pojam tulipomanija se rabi i metaforički za karakteriziranje drugih, naizgled iracionalna i rizična financijska kretanja

(<http://www.poslovni.hr/trzista/euforijasvih-od-studenata-do-taksista-za-bitcoinom-budisjecanja-na-najpoznatije-financijske-baloneu-povijesti-industrije-335518>, 15.07.2018.)

Cijene lukovica rasle su vrlo naglo, i na vrhuncu "tulipomanije" jedna lukovica koštala je kao primjerice jedna kuća ili u današnjoj protuvrijednosti na desetke tisuće eura. Kako je sve više novca ulazilo na tržište tulipana, rasla je i njihova cijena i dosegla nevjerojatne razine. Na primjer, 1635. godine, dvije godine prije nego što je tržište krahiralo, 40 lukovica tulipana moglo se prodati za 100 tisuća guldena, dok je godišnja plaća kvalificiranog radnika iznosila 150 do 300 guldena. Ljudi su počeli prodavati, kuće, imovinu, kako bi špekulirali na tržištu tulipana, ili su čak zemlju mijenjali za tulipane, pa je 1636. godine zabilježena i zamjena 50 tisuća kvadratnih metara zemljišta za lukovicu Semper Augustusa - najpopularnije vrste tulipana. Ljudi su kupovali tulipane, kako bi ih prodali po većoj cijeni, no to nije moglo trajati vječno. Početkom 1637. godine došlo je do kraha tržišta. Vlasnici tulipana više nisu mogli pronaći kupce. Nitko nije želio plaćati tako visoke cijene i balon se ispuhao. Za mnoge je to značilo katastrofu. Špekulanti su zalagali cijelu svoju imovinu kako bi se bavili špekulativnom trgovinom s tulipanima. Razvilo se i tržište "opcijama" da bi se trgovalo ugovorima koji su garantirali kupovinu određenog broja lukovica nakon uzgoja. Krah tržišta je došao naglo i neočekivano. U svibnju 1637. lukovice tulipana postale su gotovo bezvrijedne. Velik broj ulagača ostao je bez svoje uložene imovine.

Slika 2: Index cijena tulipana (1636.-1637.)



Izvor: Wikipedia,

https://en.wikipedia.org/wiki/Tulip_mania, (15.07.2018.)

3. RAZVOJ I PROPAST „DOT COM“ BIZNISA

Slom „dot-coma“ postao je globalni fenomen prvenstveno zahvaljujući broju upletenih međunarodnih banaka, investicijskih fondova, fondova rizičnog kapitala i privatnih investitora iz svih krajeva svijeta. Brzina rasta je ubrzavala sa vremenom i svakim novim tehnološkim otkrićem. Razvoj grafičkog korisničkog sučelja je postao integriran u stranice naročito kroz hiperlinkove na koje se moglo kliknuti. Time je nastala sljedeća generacija Interneta, puno dostupnija javnosti od nekadašnje akademski orijentirane.

(<https://www.kriptoaluta.hr/vijesti/bitcoin-balon-pred-puknućem/>, 16.07.2018.)

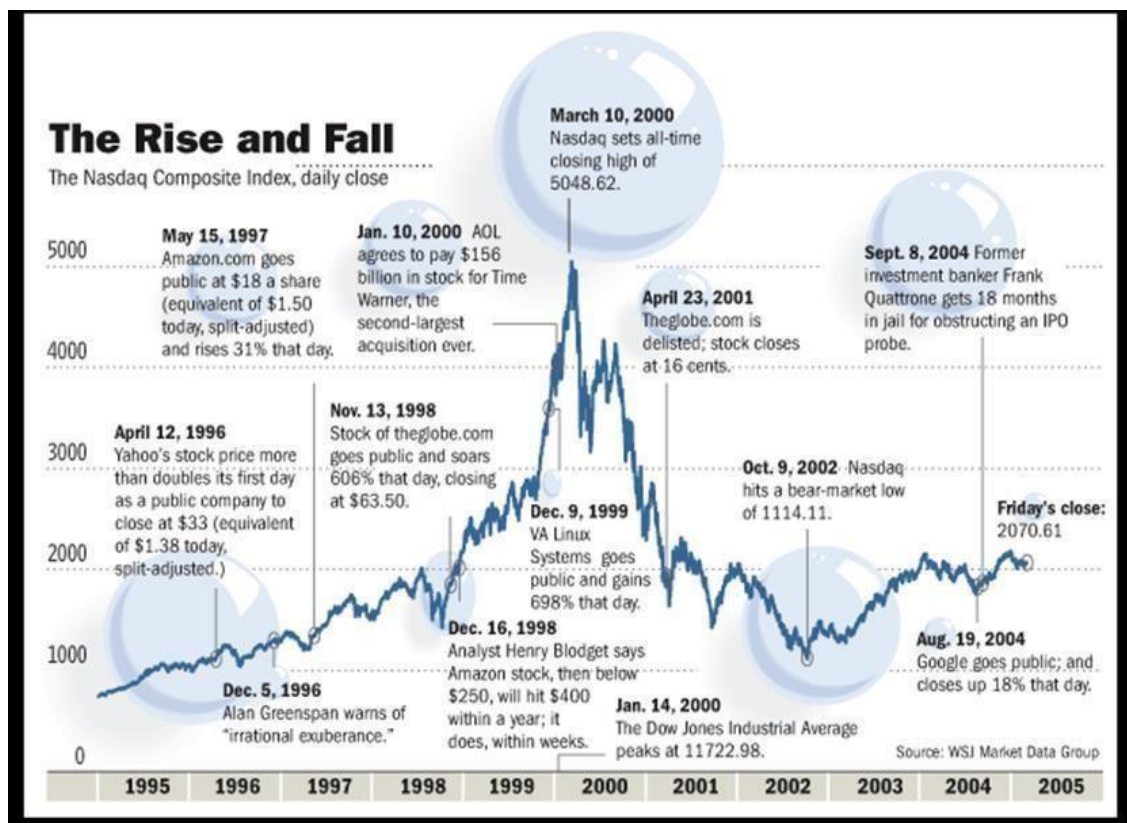
Sukladno sa prilagodbama dramatično se povećao broj korisnika. Postojeće kompanije shvatile su mogućnosti Interneta za dobivanje informacija, za oglašavanje ili za prodaju. Novost u poslovnom svijetu bile su tzv. Internet kompanije, koje su se često nazivale „dot-com“. Njihova poslovna filozofija temeljila se na širenju baze korisnika što je brže moguće, neovisno o tome stvaraju li gubitke. Tadašnje uvjerenje menadžera bilo je „Postani velik ili nestani“. Od pozitivnih primjera kompanija možemo istaknuti Google i Amazon. Iako obje nisu ostvarile profit prvih nekoliko godina, mudrim trošenjem sredstava osigurale su svoju poziciju u vlastitim tržišnim segmentima kroz znatnu konkurentsku prednost.

Amazon je utrošio sredstva na širenje baze potrošača i izgradnju brenda, dok je Google investirao većinu novaca u stvaranje najmoćnije Internet tražilice. Stotine novih Internet kompanija su se osnivale tjedno, a Silicijska dolina postala je kultno mjesto. Brojni novopečeni milijunaši živjeli su luksuznim životom, sponzorirajući domjenke i društvene događaje sa nastupima najvećih zvijezda. Nažalost, postoji puno veći broj neuspješnih kompanija koje su propale nakon sloma tržišta. Američki poslovni mediji, čak i vrlo poštovani Forbes magazin i Wall Street Journal, ohrabivali su javnost za ulaganja u rizične Internet kompanije zanemarujući loše poslovne prakse i kršenje osnovnih financijskih principa. Kampanje koje su vodile kompanije putem televizije, letaka ili kroz sportske događaje konstantno su privlačile nove investitore. Kako bi se istakle od konkurencije, neke su odabirale lako pamtljivu onomatopeju kao naziv ili svom imenu dodavali prefiks „e-“ ili sufiks „.com“. Burza je u određenim slučajevima samu promjenu imena doživjela kao pozitivnu stvar u toj mjeri da bi dionice porasle desetak posto.

(<https://www.kriptoaluta.hr/vijesti/bitcoin-balon-predpuknućem/>, 16.07.2018.)

Kombinacija brzorastućih cijena dionica, povjerenja burzi da će kompanije opravdati rast budućim profitima, te špekulaciji i lako dostupnom kapitalu stvorilo se okruženje u kojem su ulagači bili voljni prevoditi klasične pokazatelje poput fundamentalne analize i fokusirali se na uvjerenje o tehnološkom napretku. Na vrhu špekulativnog mjehura, obećavajuća Internet kompanija mogla je rasprodati izdanje dionica na inicijalnoj javnoj ponudi čak i ako nikad nije ostvarila profit. S obzirom da je bilo teško procijeniti vrijednost novih kompanija iz niza razloga, osmišljen je novi pokazatelj zvan „burn rate”. Burn rate bi u prijevodu značilo vrijeme izgaranja, a računao je koliko vremena kompaniji preostaje dok ne potroši sav temeljni kapital u potrazi za rastom prihoda. U osnovi, predstavljao je očekivanje investitora kad će poduzeću ponestati novca. Kroz 1999. i početkom 2000. godine, Federalne Rezerve su podigle referentnu kamatnu stopu šest puta te je ekonomski zalet počeo gubiti snagu. Slom tržišta kapitala dogodio se u travnju 2000. godine kada je tehnološki indeks NASDAQ dosegao vrh na razini od 5048,62, dvostruko većoj razini od prethodne godine. Desetak dana kasnije, točnije 20. travnja dogodio se pad indeksa veći od 10% i označio vladavinu medvjedežeg tržišta. Odjednom su investitori diljem svijeta shvatili da je rast tehnološkog sektora u velikoj mjeri bio iluzija. Skoro sve dionice su padale, a NASDAQ je u konačnici izgubio 78% od najviše vrijednosti te pao na razinu od 1114,11 bodova. Usljedile su tužbe zbog poslovnih praksi Internet kompanija koje su graničile sa monopolima, dok je pad u realnoj ekonomiji dodatno pogoršao stanje. Povećanje outsourcinga istovremeno je povećalo nezaposlenost kompjuterskih stručnjaka i programera u Sjedinjenim Američkim Državama. Svi negativni događaji doveli su do ogromnog pada povjerenja u tehnologiju i financijska tržišta, čime je započela kriza globalnih razmjera.

Slika 3: Uspon i pad Dot-coma



Izvor: Internethistorypodcast,

<http://www.internethistorypodcast.com/>, (16.07.2018.)

3.1. Povijest interneta

Internet kakav danas poznajemo, nastao je u posljednjem desetljeću prošloga stoljeća. A sve je počelo još davnih šezdesetih godina dvadesetog stoljeća kada je američko ministarstvo obrane započelo istraživanje kako napraviti mrežu koja ne bi prestala raditi ni u slučaju prestanka rada nekih njenih dijelova npr. uništenja dijela mreže zbog ratnih razaranja. Tako je formirana mreža pod nazivom ARPANET koja je ime dobila prema agenciji Ministarstva obrane (ARPA-Advance Research Project Agency). Njena zadaća bila je razmjena podataka među znanstvenicima vojnoindustrijskih kompleksa diljem SAD-a. Tako su prvotno spojena dva računala – računala na Sveučilištima UCLA i Berkley u Los Angelesu, a krajem 1969. umrežuju se još dva, od kojih jedno u vlasništvu Ministarstva obrane SAD-a. Broj umreženih računala

nastavio je rasti, pa je tako krajem 1972. godine bilo umreženo četrdesetak, što vojnih, što civilnih, računala. Zato takva mreža ne može imati neki centar koji bi upravljao cijelom mrežom (uništenjem tog dijela cijela mreža bi prestala raditi). Informacije ne teku uvijek istim putem već onim koji je najbrži, odnosno onaj koji je trenutno slobodan. Podaci putuju u „paketima“ tj. u dijelovima. Zbog toga što podaci putuju u paketima može se dogoditi da podaci na odredište stignu znatno drukčiji od onih koje smo poslali, ili da ne stignu. Zato je uvedena zaštita sustava u takvim slučajevima, koja se brine da podaci na odredište stignu u redoslijedu i međusobnom odnosu kako su i poslani. Govorimo o TCP (Transmission Control Protocolu) koji se danas zove TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol. (<https://tesla.carnet.hr/mod/book/view.php?id=5428&chapterid=883>, 16.07.2018.)

Granice SAD-a Internet probija već ranih sedamdesetih, a 1992. godine prelazi prag od milijun većih umreženih računala lociranih diljem svijeta. Ubrzo je osnovana i organizacija pod nazivom Internet Society, koja Internet proglašava općim dobrom čovječanstva, poput vode, zraka, biljnog i životinjskog svijeta, itd. Korak koji je doveo do ubrzanog širenja Interneta u svakodnevni život ljudi bio je uspostavljanje jedne od najatraktivnijih mrežnih usluga, World Wide Weba (WWW), početkom devedesetih godina 20. stoljeća. On je donio mogućnost povezivanja tekstnih stranica jednostavnim klikom miša, povezivanja slika i drugih materijala, a ubrzo i uključivanja materijala raznih vrsta na stranicu. Sama uspostava WWW servisa dovela je do saznanja da Internet može biti iskorišten ne samo kao tehnička infrastruktura za razmjenu podataka potrebnih u poslovanju, već i kao medij unutar kojeg se može obavljati poslovanje. Tako su se već nakon nekoliko godina na Internetu počele predstavljati tvrtke, koje su osim prezentacije proizvoda putem Interneta nudile i same proizvode te usluge.

(<https://tesla.carnet.hr/mod/book/view.php?id=5428&chapterid=883>, 16.07.2018.)

U Hrvatskoj je 1991. godine osnovana Hrvatska akademska i istraživačka mreža- CARNET, koja je bila prvi Internet Service Provider (ISP) u Hrvatskoj. Početkom 1992. godine međunarodna organizacija Internet Assigned Number Authority (IANA) dodijelila je Hrvatskoj akademskoj i istraživačkoj mreži – CARNET administraciju nad vršnom «hr» domenom. (https://hr.wikipedia.org/wiki/Internet_u_Hrvatskoj, 16.07.2018.)

U studenom 1992. uspostavljena je i prva međunarodna komunikacijska linija koja je

CARNET-ov čvor u Zagrebu povezala s Austrijom, čime je Hrvatska postala dio svjetske računalne mreže Internet. Prve ustanove spojene na Internet bile su Sveučilišni računski centar, Fakultet elektrotehnike i računarstva u Zagrebu, Institut Ruđer Bošković, Prirodoslovno matematički fakultet, Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje u Splitu, Tehnički fakultet u Rijeci, Ekonomski fakultet u Osijeku i Ministarstvo znanosti i tehnologije. Sljedećih nekoliko godina CARNET je bio jedini pružatelj Internet usluga u Republici Hrvatskoj, koji je usluge pružao ne samo akademskoj zajednici, već svim građanima Republike Hrvatske, i to potpuno besplatno.

(https://hr.wikipedia.org/wiki/Internet_u_Hrvatskoj, 16.07.2018.)

Godine 1996. jezgra CARNET mreže nadograđuje se uvođenjem ATM tehnologije koja omogućuje prijenos slike i zvuka u stvarnom vremenu, s osnovnom brzinom od 155 Mbps. Usporedbe radi, 1992. godine Hrvatska je po uporabi Interneta išla ukorak s ostalim zemljama Srednje i Istočne Europe da bi 1996. godine bila ispred svih zemalja EU, a tada je tek Velika Britanija upotrebljavala ATM tehnologiju. Početkom 1996. započinje i redoviti rad drugoga pružatelja Internet usluga Hrvatske pošte i telekomunikacija (HPT).

(https://hr.wikipedia.org/wiki/Internet_u_Hrvatskoj, 16.07.2018.)

U siječnju 1997. putem CARNET-ove ATM jezgre ostvareno je, prvo u Hrvatskoj, predavanje na daljinu između lokacija Rektorata Sveučilišta u Osijeku i Fakulteta elektrotehnike i računarstva u Zagrebu. Prvog dana mjeseca prosinca 2001. godine puštena je u rad paneuropska akademska i istraživačka mreža GEANT na koju se spaja i CARNET. Riječ je o mreži koja povezuje više od 3000 istraživačkih i obrazovnih ustanova u više od 30 europskih zemalja, a po svojoj infrastrukturi i aplikacijama predstavlja najrazvijeniju računalno komunikacijsku mrežu te vrste u svijetu.

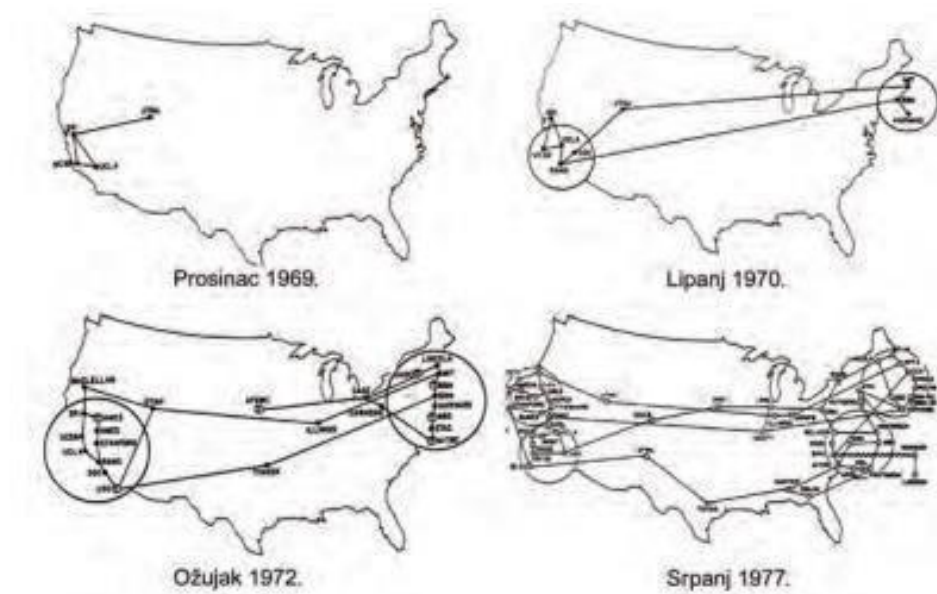
(https://hr.wikipedia.org/wiki/Internet_u_Hrvatskoj, 16.07.2018.)

U suradnji sa Sveučilišnim računskim centrom CARNet 2003. godine pokreće projekt Giga CARNET kako bi pomoću gigabitnih tehnologija razvio visoko kvalitetnu infrastrukturu namijenjenu CARNET-ovim članicama, fakultetima i istraživačkim institutima. U okviru projekta Giga CARNet CARNET-u je u veljači 2004. godine omogućeno da preko spoja na mrežu GÉANT bude dvostruko brže povezan sa sličnim akademskim i istraživačkim mrežama

u Europi i svijetu (brzinom od 1.2 Gbp/s umjesto dosadašnjih 622 Mbp/s). Kao pretpostavka daljnje suradnje CARNET-a i svjetske akademske i istraživačke zajednice u lipnju 2007. godine brzina spoja CARNET-a prema GÉANT mreži se povećala na 10 Gb/s.

(https://hr.wikipedia.org/wiki/Internet_u_Hrvatskoj, 16.07.2018.)

Slika 4: Razvoj Arpanet mreže



Izvor: Internet history

(<https://www.infoplease.com/history-internet>, (16.07.2018.))

3.2. Koncept „Nove ekonomije“ i Silicijska dolina

Nova ekonomija, e-ekonomija ili informacijska ekonomija, pojmovi su koji opisuju nove proizvode, usluge i tržišta, povezane s raširenom uporabom računala, mobilne komunikacije te posebno Interneta. Interes za „novu ekonomiju“ povećan je u drugoj polovici devedesetih godina, kada je američko gospodarstvo zabilježilo najviše i najstabilnije stope rasta u novijoj povijesti. Proširilo se mišljenje da su se produženi rast i prividna eliminacija gospodarstva SAD-a dogodili zahvaljujući širenju uporabe računala, novih komunikacijskih tehnologija i Interneta. (<https://www.investopedia.com/terms/n/neweconomy.asp>, 17.07.2018.)

Pojam nove ekonomije je usko povezan s jačanjem trendova globalizacije i značaja informatičkog društva. Ne postoji jedinstvena definicija Nove ekonomije, a ono što se može staviti pod zajednički nazivnik svih pokušaja definiranja toga pojma jesu ekonomski rast i intenzivno uključivanje informatičke i komunikacijske tehnologije (ICT sektora) u sva područja ekonomije i društva, što uzrokuje promjene i na strani ponude i na strani potražnje. Nova ekonomija jest ekonomija zasnovana na znanju i na idejama o tome gdje je ključ poboljšanja životnog standarda i stvaranja novih radnih mjesta u mjeri u kojoj se inovativne ideje i tehnološke promjene uključuju u proizvode, usluge i proizvodne procese. Nova ekonomija okarakterizirana je snažnim gospodarskim rastom bez inflacije, visokim rastom proizvodnosti faktora proizvodnje (MPF- multi-factor productivity growth) i rastućim značajem ICT sektora, a prema nekim ekonomistima i niskom razinom nezaposlenosti koja ne ubrzava inflaciju.

Nova ekonomija je termin koji je oprečan definiciji „stare ekonomije”. Ta se dva pristupa razlikuju po osnovnom modelu rasta i izvorima ekonomskog rasta ekonomije. Sirovine, materijal, energija, novac, ekonomija obujma zamjenjuju se znanjem i tehnološkim promjenama. Restrukturiranje poduzeća, ulaganje u informatičko tehnološku komponentu poduzeća, rastuća konkurentnost i fleksibilno i razvijeno tržište rada i kapitala, izvori su rasta prema ovome konceptu. Nova ekonomija model je koji svakako vodi dematerijalizaciji ekonomije i jačanju uslužnog sektora. Ipak, brzi rast „nove ekonomije” ne znači da će „stara ekonomija” nestati. Ova dva koncepta se međusobno ne isključuju, dapače, može se očekivati veliki utjecaj „nove ekonomije” i s njom u vezi suvremenih informatičko-komunikacijskih tehnologija na tradicionalne sektore i to smanjivanjem cijena robe i usluga zbog jeftinijih, bržih i cjelovitijih informacija i zbog smanjivanja cijena i rasta konkurencije. Razvitak ICT sektora, a posebno Interneta, revolucionarno mijenja tehniku odvijanja međunarodne trgovine novih, ali i klasičnih proizvoda i usluga.

Problem „nove ekonomije” možemo promatrati na mikro i makro razini, a njegovu evaluaciju pratiti kroz rast bruto domaćeg proizvoda i vanjskotrgovinsku razmjenu. Na mikro i mezzo razini pod pojmom „nove ekonomije” podrazumijevamo nova promišljanja u vođenju poduzeća, njegovu reorganizaciju, redefiniciju u smislu uključivanja novih tehnologija, efikasno i dinamično tržište kapitala, te dinamičnu ekonomiju i poduzetništvo, rastuću

konkurentnost i veću fleksibilnost tržišta rada. Promjene koje nosi ovaj pogled na tržištu rada duboke su i dalekosežne i nikako se ne smiju povezati isključivo i jedino sa sustavom školovanja i permanentnog obrazovanja, već ih valja promatrati u smislu obučenosti radne snage koja mora biti spremna prihvatiti suvremenu tehnologiju da bi upravljala novom ekonomijom. Rizik, neizvjesnost i promjene postaju pravilo, a ne iznimka. To je ekonomija u kojoj hijerarhijska organizacija poduzeća ustupa mjesto mrežnoj organizaciji koja se neprekidno mijenja i uči. Termin „nova ekonomija” uključuje poglede na sektore jedne nacionalne ekonomije koji se intenzivno koriste inovacijama i novim tehnologijama. Taj se novi koncept promišljanja primjenjuje na industrije čija ukupna proizvodnja, distribucija ili pružanje usluga i konačni uspjeh, znatno ovise o kompjutorima, o telekomunikacijama i o internetu. No, bez promjena u organizaciji poduzeća, u načinu korištenja ljudskim kapitalom i u fleksibilnosti tržišta, koncept „nove ekonomije” ne bi se mogao realizirati. Isključivi značaj ICT sektora ne smije se pre naglašavati jer će bez korjenitih promjena osnovnih tržišnih institucija, koje će uvesti tehnologije usmjerene prema bržem rastu proizvodnosti, rezultati izostati.

„Nova ekonomija” je pojam koji opisuje nove, visoko rastuće industrije koje su na vrhu tehnologije i koje su pokretačka snaga gospodarskog rasta. Smatra se da je novo gospodarstvo započelo krajem 1990-ih, budući da su alati visoke tehnologije, osobito Internet i sve snažnije računalo, došli do potrošačkih i poslovnih tržišta. Novo gospodarstvo promatrano je kao pomak od gospodarstva proizvodnje i robne razmjene na onu koja je koristila tehnologiju za stvaranje novih proizvoda i usluga brzinom koju tradicionalna proizvodna ekonomija nije mogla podudarati.

Tijekom posljednjih nekoliko godina, mnoge 100% on-line tvrtke su izrasle u velike multinacionalne korporacije. Amazon.com, elektronska trgovina i računalni div, danas je najveći maloprodajni internet trgovac na svijetu. U 2015. godini prihod je iznosio 107 milijardi USD.

Silicijska dolina³ se nalazi u SAD-u, u Južnoj Kaliforniji, kraj San Francisca. Sjedište je San

³ Naziv "Silicijska dolina" nastao je zbog velikog broja tvrtki visoke tehnologije u regiji, a dolazi od kemijskog elementa silicija koji je osnova za izradu čipova. Danas je Silicijska dolina područje s najvišom koncentracijom važnih visokotehnoloških (hi-tech) tvrtki u svijetu, te su neke od svjetski najpoznatijih tvrtki smještene upravo ovdje. Komparativne prednosti doline su velik broj visokoobrazovanih inženjera, inovatora i ulagača u razvoj novih proizvoda.

Jose, najveći grad te doline, u kojoj je smješteno još 29 gradova. Na ovom mjestu s radom su počele gotovo sve američke informatičke tvrtke, poput Microsofta, Applea, Googlea i Facebooka. U silicijskoj dolini izumili su iPad, tablet, iPhone i igraće konzole). U San Joseu je registrirano više od 4000 izuma, po čemu je prvi u SAD-u. Od 20 najinovativnijih gradova SAD-a deset ih je u toj dolini. Ona je sinonim za tehnološki napredak. Naglo se počela razvijati početkom 20. stoljeća. Prve djelatnosti koje su se razvijale u dolini su bile vojna, televizijska i radio industrija. Američka vojska ondje je imala laboratorije za istraživanja i razvoj novih tehnologija. Pojavom kompjutera naziv doline postao je sinonim za „high-tech” bazene u kojima se nalaze sjedišta i proizvodni pogoni mnogih proizvođača računala i visoke tehnologije. Slična sjedišta razvila su se i drugdje u svijetu, ali Silicijska dolina je do danas ostala glavna.

Velike tvrtke u Silicijskoj dolini široke su ruke, pa neki početnici već prve godine dobiju i do 84.000 dolara, koliko u prosjeku zarade njemački sveučilišni profesori. Svojim praktikantima proizvođač softvera Palantir Technologies mjesečno daje 7.012 dolara, što je dvostruko više od plaće našega premijera. Twitter daje 6.791 dolar, LinkedIn 6.230, Facebook 6.213, Microsoft 6.138, Ebay 6.126, Google 5.969, Apple 5.723, logistički gigant Amazon 5.631 dolar. Čak i za američke prilike gdje cijela obitelj u prosjeku godišnje zaradi nekih 37.000 dolara neto, to su velike svote. (<https://www.tportal.hr/biznis/clanak/kako-su-shrvaniotacprofesor-i-odbjegli-znanstvenik-stvorili-silicijsku-dolinu-20170704/print>, 16.07.2018.)

U privlačenju pravih kadrova i mladih talenata iz cijeloga svijeta, poznato je da Google i Facebook zaposlenicima uz ekstravagantne plaće nude i tako pažljive gratis usluge kao što su otvoren račun u kafeterijama, pranje rublja i prijevoz autobusom. Da bi zadržao najbolje od najboljih, Google im dopušta da 20 posto radnoga vremena troše na vlastite projekte. Unatoč visokim primanjima u nedavnoj anketi na pitanje koji razlozi najviše privlače mlade u Silicijskoj dolini, većina (75 posto) nije navela početna visoka primanja, nego mogućnost velike karijere. (<http://junior.24sata.hr/zanimljivosti/silicijska-dolina-sinonim-je-za-tehnoloskirazvoji-napredak-301599>, 16.07.2018.)

U tom bogatom dijelu Amerike mladi informatičari, pod pretpostavkom da je riječ o vrhunskim

'A-igračima', tako su najtraženiji. Tehnologija postaje sve složenija, izazovi sve veći zbog najnovije eksplozije start-up tvrtki, a velikani poput Googlea započinju selidbu iz virtualnog interneta u stvarni svijet proizvodnje, udružujući snage s automobilskim moćnikom Audijem, preuzimanjem 'Nesta' za 3.2 milijarde dolara (tvrtke za proizvodnju high-tec termostata) i kupovanjem osam robot-tvrtki. Cilj je u skoroj budućnosti masovno korištenje umjetne inteligencije, zahvaljujući kojoj će prema nekim procjenama do 2025. biti ukinuto u svijetu 140 milijuna radnih mjesta, te – kako kaže Googleov menadžer Eric Schmidt – započinje bitka između računala i ljudi. U toj bitci računala hoće zamijeniti ljude, ali u Silicijskoj dolini za tako složene zadatke trebaju ipak ljude i to najbolje od najboljih, tzv. '10x' stručnjake, tehnološke supermene s učinkom deset kompetentnih stručnjaka, a njih nije lako naći. Traže ih poglavito među mladima, a u potrazi za genijalcima investitori otvoreno preferiraju poduzetnike ne starije od 25 godina. Da biste razumjeli tehnologiju kakve su društvene mreže, morate biti mladi, kažu u Silicijskoj dolini, gdje mnogi pod 'savršenim' poduzetnikom smatraju nekoga dovoljno pametnoga da upadne na Harvard i još pametnijega da ga napusti. Tehnologija je toliko brza da neka od zanimanja ionako više neće postojati kada studenti dođu do diplome, pa jedan milijarder čak nagovara posebno uspješne na prestižnim sveučilištima da ih napuste i vrijeme pametnije utroše na inovacije. (<http://junior.24sata.hr/zanimljivosti/silicijska-dolinasinonim-jeza-tehnoloski-razvoj-i-napredak-301599>, 16.07.2018.)

Nedavno je Steve Wozniak, jedan od osnivača Applea, otkrio kako se Silicijska dolina promijenila u posljednjih nekoliko desetljeća. Upozorio je na motive mladih koji dolaze ondje u potrazi za uspjehom. Izjavio je kako misli da je novac koji se ondje okreće privukao drugačiji profil ljudi koji na tehnologiju gledaju isključivo kao izvor zarade. Pomisle: Možda bih mogao započeti neki startup i zaraditi hrpu novaca. Nadodao je i kako su u Silicijsku dolinu mladi, kao što je on bio kada je sa Steveom Jobsom osnovao Apple, nekada dolazili kako bi promijenili svijet, učinili nešto značajno što će poboljšati svakodnevicu mnogih. No, većini je sada, nažalost, samo zarada na pameti. (<https://www.express.hr/ekonomix/nije-sve-tako-divnoovoje-tamna-strana-silicijske-doline-6565>, 16.07.2018.)

Slika 5: Silicijska dolina



Izvor: T-portal

<https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/koliko-zaraduju-pocetnici-u-silicijskoj-dolini-20140627>,
(16.07.2018.)

3.3. Kraj tržišta i stečajevi dot.com poduzeća

„Dot-com” mjehur je puknuo u petak, 10.3.2000. Neki smatraju kako je ljudska pohlepa jedan od uzročnika „dot-com” sloma dok drugi smatraju kako je do propasti „dot-com” poduzeća došlo zbog ratova na Bliskom Istoku i nestabilnosti koju je u regiju bogatoj naftom izazvao rat. Svi poduzetnici koji su u to vrijeme zakoračili u Internet industriju samo su željeli držati monopol i kao da su se vodili time da moraju biti najveći ili uopće ne moraju biti na tržištu.

Upravo je takva situacija dovela do oštre konkurencije, a gotovo nitko od konkurencije nije gledao dugoročno niti je imao dugoročni plan. Velika zarada na tržištu uzrokovala je euforiju i svi su mislili kako je dovoljno imati internetsko poduzeće za ostvarivanje ogromnih profita. Međutim, iako su s jedne strane „dot-com” kompanije rasle i razvijale se, s druge strane su sve više ignorirale znakove poput umora svojih djelatnika, nestašice kapitala, slabe korisničke usluge, razjedinjenog vodstva i skretanja od početnog plana. Financijske nedaće koje su došle nije preživjelo mnogo Internet poduzeća te su brojna poduzeća bila prisiljena na bankrot. Uza sve to, WorldCom, koji je tada bio značajni tržišni igrač, bio je optužen za ilegalne računovodstvene politike kojima su se služili kako bi povećali svoje godišnje profite. Kada se ta informacija proširila, cijena dionice je naglo pala, a kompanija je u konačnici postala treći najveći korporacijski bankrot u povijesti SAD-a. Popis poduzeća koja su propala je dug, a među

njima su i neki bivši lideri u industrijama poput NorthPoint Communications, Global Crossing, JDS Uniphase, XO Communications i Covad Communications. O posljedicama dovoljno govori podatak o gubitku 5 milijardi dolara kroz tržišnu vrijednost poduzeća. One kompanije koje su u to vrijeme preživjele (Amazon, eBay, Google i dr.) danas su vodeće kompanije u pripadajućim granama te industrije.

NorthPoint Communications Group, Inc. bio je konkurentan lokalni prijenosnik koji je usredotočen na prijenos podataka. Tvrtke su zakupile bakrene telefonske linije od telefonskih tvrtki, a zatim pružale pristup davateljima internetskih usluga za pružanje DSL usluga tvrtkama i stanovnicima. Tvrtka je postojala i nije uspjela tijekom sloma „dot-com” tržišta. Osnovana je 1997. godine a široj javnosti je ponuđena 5. svibnja 1999. godine putem inicijalne javne ponude u kojoj je prodano 15 milijuna dionica po 24 \$ po dionici. U rujnu 2000. Verizon je pristao na 55% udjela u tvrtki i spajanje DSL tvrtki. U studenome 2000. godine, budući da klijenti nisu platili svoje račune, NorthPoint je ponovno smanjio svoje financijske rezultate za treći kvartal 2000., čime je smanjio prihod od 30 milijuna na 24 milijuna dolara. Nakon revizije zarade, Verizon je ukinuo sporazum o stjecanju, tvrdeći da je došlo do značajne nepovoljne promjene. Northpoint je tužio Verizon kako bi ih prisilio da dovrše transakciju. Tužba je riješena izvan suda u srpnju 2002. a Verizon se suglasio platiti 175 milijuna dolara za Northpoint. Dana 21. prosinca, jedan od dioničara tužio je NorthPoint zbog navodnog gubitka imovine poduzeća, pogrešnog upravljanja i kršenja ugovora. U siječnju 2001. godine NorthPoint je podnio stečaj. Neki davatelji internetskih usluga, koji su se suočili s prekidom usluga, okrivili su banke zbog toga što nisu uspjeli postići dogovor da bi spasili tvrtku. U ožujku 2001. tvrtka AT & T je preuzela imovinu NorthPoint za 135 milijuna dolara u likvidaciji.

Slika 6: NorthPoint Communications Group, Inc., logo



Izvor: Wikipedia

https://en.wikipedia.org/wiki/NorthPoint_Communications, (18.07.2018.)

Global Crossing bio je nekad moćni telekomunikacijski div koji je povezivao kontinente optičkim kablovima i jedna od najvećih uzdanica Wall Streeta. Ukupna imovina procijenjivala se na 30,2 milijarde dolara. Biznis koji se činio kao zlatni rudnik počeo se urušavati 2001. godine puknućem „dot-com” balona, kada su veliki investitori napustili njihove ambiciozne projekte. Poslovna hiperekspanzija rezultirala je bankrotom 2002, a propasti kompanije pridonijeli su i rastrošni šefovi. Četvorici vodećih odobreni su deseci milijuna dolara bonusa, a otpisan im je i veći dio kredita vrijednih dvadesetak milijuna dolara. Danas se propast Global Crossinga smatra jednim od deset najvećih američkih bankrota.

Teksaška kompanija Enron koja je proizvodila visokotehnološku opremu također je bila pogođena krizom. Enron je 2000. godine imao 100 milijardi dolara prihoda, a već je sljedeće godine doživio slom nakon što je otkrivena jedna od najvećih knjigovodstvenih prevara svih vremena. Enron je bila 18. najveća tvrtka u SAD-u, dominirala je energetske sektorom u SADu, ali i u svijetu. Njenom propašću 4500 ljudi ostalo je bez posla, deseci tisuća investitora u Enronove akcije ostali su bez svog novca, jer je vrijednost tih akcija od 90 dolara po akciji u kolovozu 2000. pala na samo 26 centi u trenutku Enronove propasti, čime se na newyorškoj burzi istopilo 60 milijardi investicijskih dolara. Oko 11.000 Enronovih zaposlenika ostalo je bez svojih mirovina, jer su propali svi Enronovi mirovinski fondovi, kojima je bilo zabranjeno da posjeduju bilo što drugo osim Enronovih akcija, pa ih nisu smjeli prodavati, te kupovati druge akcije, kako bi cijeli fond bio sigurniji. Dok je kompanija propadala, njeni vodeći ljudi povećavali su sebi plaće i bonuse. Predsjednik Enrona Kenneth Lay, čije je bogatstvo 2000. bilo procijenjeno na 123 milijuna dolara samo u akcijama, a ima još nekoliko desetaka milijuna u nekretninama i drugim vrijednostima, povećao si je 2001. plaću pa je samo te godine dobio još 25 milijuna dolara. Na koncu njegov je direktor osuđen na 24 godine zatvora i zapljenu velikog dijela osobne imovine. Propast Enrona osjetila se i u Hrvatskoj. Nakon trogodišnjih pregovora tvrtka je 1999. s HEP-om potpisala ugovor o izgradnji termoelektrane Jertovec kapaciteta 240 megavata, a posao se procjenjivao na 1,2 milijarde dolara. Međutim, u javnost nije izašao detalj iz ugovora po kojemu je hrvatska strana trebala kupovati struju iz Jerkovca po cijeni koju bi određivali Amerikanci. Tadašnja vlada ugovor je ocijenila izuzetno štetnim i 2000. godine ga raskinula nakon dugih pregovora. Šteta je umanjena, a Hrvatska je kao kompenzaciju za prekid isplatila 40 milijuna dolara kroz isporuku energije, zbog čega je HEP hrvatskim potrošačima

povisio cijenu struje. (<https://www.tportal.hr/biznis/clanak/kako-su-ustecaj-otisle-najvecesvjetske-tvrtke-20170323>, 18.07.2018.)

Slika 7: Pad Enron poduzeća

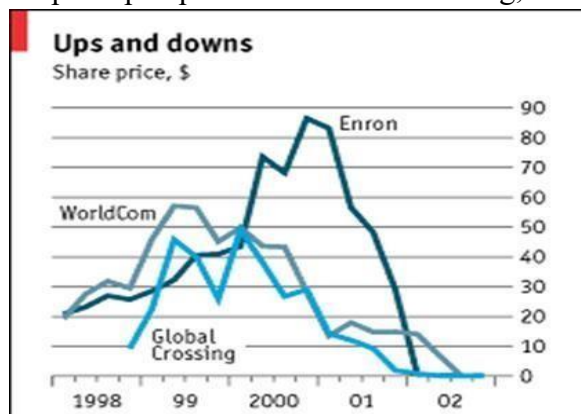


Izvor: Washingtonpost.com

http://media.washingtonpost.com/wp-srv/business/enron/images/enron_chart.gif,
(18.07.2018.)

Nakon samo godinu dana od skandala koji je prouzročila kompanija Enron, Ameriku je snažno potresao stečaj WorldComa, novog neslavnog rekordera u povijesti SAD-a. Druga po veličini američka telekomunikacijska tvrtka od 1999. je umjesto pada dobiti lažno prikazivala njezin rast. Do 2003. lažirani iznos narastao je na nevjerojatnih 11 milijardi dolara. Uslijedili su bankrot i restrukturiranje, koje je snažno pomogla i Vlada SAD-a dodijelivši kompaniji bez natječaja izgradnju mobilne mreže u Iraku.

Slika 8: Uspon i pad poduzeća Global Crossing, Enron i WorldCom



Izvor: Thomsonreuters.com,

<http://financial.thomsonreuters.com/en/products/data-analytics/economic-data.html>,
(18.07.2018.)

4. POSLJEDICE „DOT COM“ SLOMA

1999. godine bilo je 457 inicijalnih javnih ponuda dionica, većinom povezanih sa Internetom i visokim tehnologijama. Od njih 457, čak 117 je udvostručilo cijenu dionice već prvog dana trgovanja. Za usporedbu, cjelokupni broj inicijalnih javnih ponuda u 2001. godini stao je na 76 kompanija. (<http://stednja.blogspot.hr/2011/09/dot-comslomposljedicekrize.html>, 18.07.2018.)

Nekolicina komunikacijskih kompanija nije preživjela financijske nedaće te su bile prisiljene na bankrot. Kompanija WorldCom, tada značajni tržišni igrač, je bila optužena za ilegalne računovodstvene politike kojima su povećavali profite na godišnjoj razini. Kada je vijest došla u javnost, cijena dionice se strmoglavila i kompanija je naposljetku postala treći najveći korporacijski bankrot u povijesti Sjedinjenih Američkih Država. WorldCom je tada bio najveći svjetski Internet provider koji je procijenjen na više od 107 milijardi dolara, dok je nekadašnji energetske div Enron, koji je bankrotirao godinu ranije, vrijedio oko 63 milijarde dolara.

Skandal kojim je započela kriza oko WorldComa izbio je kad je otkriveno da je kompanija imala lažnu bilancu poslovanja - u računovodstvenim izvješćima pojavile su se četiri nepostojeće milijarde dolara, koje su stvorile lažnu sliku o profitabilnosti kompanije koja je, zapravo, već bila duboko zaglibila u gubitke. Prijava bankrota državnim tijelima omogućila je WorldComu da dvije godine radi na programu restrukturiranja te da pri tome bude siguran da njegovi kreditori neće posegnuti za imovinom kompanije. Skandali poput onoga s Enronom ili ovoga s WorldComom uvelike su uzdrmali međunarodno tržište dionicama te ozbiljno narušili povjerenje investitora u trenucima kada su se vrijedne i jake dionice američkih megakompanija pretvarale u bezvrijedne komadiće papira.

(<https://www.vecernji.hr/vijesti/worldcomnajvecibankrot-u-americkoj-povijesti-720047>, 18.07.2018.)

Drugi primjeri propalih kompanija uključuju bivše lidere u industrijama kao što su NorthPoint Communications, Global Crossing, JDS Uniphase, XO Communications i Covad Communications. Osim komunikacijskih, krizom su bile pogođena poduzeća koja proizvode visokotehnološku opremu npr. Nortel, Cisco ili Corning. One su svoj rast temeljile na naprednoj

infrastrukturi do čijeg razvoja nikad nije došlo zbog drastičnog pada cijena dionica. Brojne „dot-com” kompanije su potrošile temeljni kapital te bile preuzete od strane konkurencije ili su se u potpunosti ugasile. Imena atraktivnih domena su kupile kompanije iz realne ekonomije ili investitori koji su se specijalizirali za takav vid ulaganja. Nekoliko vodećih ljudi Internet kompanija je optuženo za pronevjere, prijevaru ulagača ili nenamjensko upravljanje sredstvima, a američki regulator SEC kaznio je vodeće investicijske banke sa milijunima dolara za dovođenje investitora u zabludu. Slom tržišta u razdoblju od 2000.-2002. uzrokovao je pad od 5 milijardi dolara promatrano kroz tržišnu vrijednost kompanija. Preživjeli „dot-comovi” kao što su Amazon, eBay ili Google osigurali su svoju budućnost kroz dominaciju u pripadajućim granama tehnološke industrije. (<http://stednja.blogspot.hr/2011/09/dot-comslomposljedicekrize.html>, 18.07.2018.)

Slika 9: „Dot-com” slom



Izvor: Blogspot,

<http://2.bp.blogspot.com/-1EIjxUM3834/Tn-nBDAeppI/AAAAAAAAAOI/5CuYtKnpow/s1600/Dot-com+bubble.jpg> (18.07.2018.)

4.1. Kompanije koje su preživjele slom: Google, Microsoft, Amazon

Slom je značajan pad vrijednosti tržišta povezan s pucanjem investicijskog balona. To je situacija kad većina sudionika zbog gubitaka želi napustiti tržište. Većina je poželjela da nikad nije ni ušla na tržište.

Od pozitivnih primjera kompanija možemo istaknuti Google i Amazon. Iako obje nisu ostvarile profit prvih nekoliko godina, mudrim trošenjem sredstava osigurale su svoju poziciju u vlastitim tržišnim segmentima kroz znatnu konkurentsku prednost. Amazon je utrošio sredstva na širenje baze potrošača i izgradnju brenda, dok je Google investirao većinu novaca u stvaranje najmoćnije Internet tražilice. Stotine novih internet kompanija su se osnivale tjedno, a Silikonska dolina postala je kultno mjesto. Preživjeli dot-comovi kao što su Amazon, eBay ili Google osigurali su svoju budućnost kroz dominaciju u pripadajućim granama tehnološke industrije. (<http://stednja.blogspot.hr/2011/09/dot-com-slom-posljedice-krize.html>, 18.07.2018).

Amazonov inicijalni poslovni plan bio je neobičan; kompanija nije očekivala dobit od četiri do pet godina. Ovaj "spori" rast uzrokovalo je dioničarsko žaljenje da tvrtka nije dostigla profitabilnost dovoljno brzo da opravda njihovo ulaganje ili čak dugoročno preživi. Dot-com praska na početku 21. stoljeća je uništio mnoge e-tvrtke u tom procesu, ali Amazon je preživio i krenuo naprijed nakon tehnološke nesreće da postane ogroman igrač u online prodaji.

Valjalo bi reći i nešto više o Amazonu (Amazon.com). To je američka e-komercijalna kompanija sa sjedištem u Seattleu u državi Washington. Jedna je od prvih velikih kompanije koja je prodavala razna dobra preko interneta. Osnovao ju je Jeffa Bezosa 1994. godine, a pokrenuta je 1995. godine. Amazon.com je počeo kao online knjižara, iako je ubrzo proširila ponudu, dodajući DVDove, muzičke CDove, softver, video igre, elektroniku, garderobu, namještaj, hranu, igračke i mnogo više. (Wikipedija) Iz prethodnog teksta poznato nam je da je Amazon jedna od rijetkih kompanija koje su preživjele najveću krizu dot com kompanija oko 2001. godine, a to je bilo zahvaljujući dugoročnim planovima i neprestanom ulaganju umjesto ubiranju profita.

Danas je ova e-kompanija četvrta najvrijednija kompanija na svijetu i najveća Internet kompanija gledano po prihodima. Postavlja standarde koje je mnogima teško pratiti, a kamoli nadmašiti. U nastavku predstavljamo Amazon u brojkama:

- Broj korisnika do veljače 2017. godine: 300 milijuna
- više od 340 tisuća zaposlenika diljem svijeta
- Prodaja u 2016. godini: 136 milijardi dolara; s prihodom od 2,4 milijarde dolara
- Vrijednost Amazona 2017.: 139,29 milijardi američkih dolara
- Krajem 2014. godine krenuli su u proizvodnju pametne elektronike. Prvi proizvod je zvučnik imena Amazon Echo, koji se povezuje s osobnim asistentom zvanim Alexa, koji ove godine ima oko 2,6 milijuna korisnika u SAD-u.

(<https://www.libertas.hr/zastudente/amazon-prica-o-uspjehu-kompanije-koja-nudi-sve/>, 18.07.2018.)

Slika 10: Amazon.com i vlasnik Jeff Bezosa



Izvor: bnn.ba

(<https://bnn.ba/biznis/kompanija-amazon-otvara-100000-novih-radnih-mjesta-u-sad-u>, (18.07.2018.)

Kao što smo već i prethodno spomenuli među preživjelima „dot-comovima” je i Google. To je američka multinacionalna korporacija specijalizirana za mrežne usluge i proizvode. To uključuje pretraživanje, računalstvo na oblaku i mrežno oglašavanje. Većinu svoje dobiti ostvaruje na usluzi za oglašavanje AdWords.

Kratki pregled osnivanja i razvoja ove kompanije kroz povijest počinje od osnivača Larry Pagea i Sergey Brina. Osnovali su je dok su bili na doktorskim studijama na sveučilištu u Stanfordu. Suradnju su započeli na tražilici koja se zvala BackRub (1996), a kasnije je tražilica BackRub preimenovana u Google. Zajedno su vlasnici oko 16 posto dionica tvrtke.

Google su 4. rujna 1998. godine predstavili kao privatnu korporaciju. Tvrtka je na burzu izašla tek 19. kolovoza 2004. godine. Sjedište korporacije je 2006. godine preseljeno u Mountain View u Kaliforniji. Brzi rast od osnivanja je povukao lanac proizvoda, nabavki i partnerstava van Googleove pretraživačke mašine. Oni nude internetske servise kao što su softver za produktivnost uključujući email (Gmail), internetsko spremanje podataka (Google Drive), uredski paket (Google Docs) i društveni mrežni servis (Google+). Desktop-proizvodi uključuju aplikacije za internetsko pregledanje, organiziranje i uređivanje slika i brzo dopisivanje. Kompanija drži razvoj Android mobilnog operativnog sistema i samopreglednički Chrome OS za netbook poznat kao Chromebook. Google se snažno uključio u komunikacijski hardver: ima partnerstvo sa velikim elektronskim proizvođačima u produkciji svog "visoko-kvalitetnog i jeftinog" Nexus uređaja itd.

([https://hr.wikipedia.org/wiki/Google_\(tvrtka\)](https://hr.wikipedia.org/wiki/Google_(tvrtka))), 18.07.2018.)

Ova kompanija koja je od svjetski poznatog značaja pravi je primjer ulaganja i ustrajnosti u radu. Do današnjeg nivoa razvijenosti prošla je mnoge evolucijske faze promjena i rasta. Sve je krenulo od ideje i stiglo do kompanije čija vrijednost se danas mjeri stotinama milijardi dolara.

Iako dolaze iz različitih krajeva svijeta, Larry i Sergey imaju jednu zajedničku osobinu, a to je da su obojica od malih nogu bili zalučeni računalima te su svoju zalučenost kroz školovanje pretvorili u veliku životnu prednost. Djetinjstva su im bila pomalo slična i vrlo različita.

Larry Page je rođen u američkoj državi Michigan, u obitelji informatičara, naime njegovi roditelji bili su profesori informatike i kako navodi već sa šest godina se zaljubio u računalo.

Sergey Brin je, s druge strane, rođeni Moskovljanin čiji je otac, profesor matematike, s obitelji napustio tadašnji SSSR i emigrirao u SAD kad je malom Sergeyu bilo šest godina.

Kao odličan student dobiće kasnije stipendiju za doktorat iz informatike na fakultetu Stanford u Kaliforniji, gdje će se upoznati sa još jednim diplomiranim informatičarem koji je došao na doktorske studije – Larryem Pageom.

Kako će Page kasnije pričati, Sergey i on su od trenutka prvog susreta – išli jedan drugom na živce. Već prvog dana kad su se upoznali ušli su u dugu raspravu kojoj se nisu složili ni po jednom pitanju. Međutim, uskoro su obojica počeli poštivati jedan kod drugog znanje i intelektualne sposobnosti; složili su se oko toga da se ne slažu i počeli su se međusobno uvažavati, a ubrzo zatim i surađivati. Upustili su se u zajednički znanstveni rad na Pageovoj doktorskoj tezi – matematičkom modelu za pretraživanje web siteova – i postali kroz taj rad zapravo prijatelji. Postavili su mrežu polovnih računala u svojim studentskim sobama i uporno radili na projektu Internet pretraživača koji će se kroz godinu dana pojaviti u okviru Stanfordovog sitea na adresi google.stanford.edu. Njihov pretraživač je vrlo brzo postao toliko popularan među kolegama da je došlo do zagušenja na fakultetskim serverima. Shvativši poslovni potencijal softvera kog su razvili, Page i Brin odlučuju da napuste studije: sa jedva 25 godina u prijateljevoj garaži osnivaju kompaniju Google Inc.

Iako je dakle izvorna ideja bila Pageova, bez Brinovog matematičkog genija ne bi bilo moguće napraviti softverski model i Google bi možda zauvijek ostao na papiru. Zahvaljujući suradnji između dva sjajna uma i dvije snažne osobnosti, nastao je poslovni poduhvat koji se u roku od dvije godine uspješno natjecao sa gigantima računalne industrije. Kako je kompanija rasla, Page i Brin su shvatili da im potreban još netko čiji je talenat za biznis dorastao poslu koji se širio: zaposlili su kao glavnog izvršnog direktora Erica Schmidta, koji je pretvorio Google u ozbiljnu veliku korporaciju i usput kupio YouTube.

Slika 11: Google i osnivači Larry Page i Sergey Brin



Izvor: Biznismладиhrbije.org

<http://biznismладиhrbije.org/osnivaci-google-a/>, (18.07.2018.)

Jedna od poznatih izjava ove dvojice osnivača je „Vjerujemo da će nam dugoročno bolje služiti kompanija koja čini dobre stvari za cijeli svijet, čak i ako zato zanemarimo neke kratkoročne dobiti.” (<http://blog.mtel.ba/leri-pejdz-jednostavnost-je-moc/>), a to govori zašto je i ova svjetski poznata e-kompanija preživjela najveću krizu „dot-com” kompanija oko 2001. godine. Google je danas najpoznatiji pretraživač. Svakog dana ga koristi stotine milijuna ljudi za pretraživanje širom svijeta. Ušao je čak u svakodnevni govor kao novi glagol „guglati” i to u značenju pretražiti, te se koristi u raznim izrazima „Pitaj Google.“, „Google sve zna“ itd.

Jedan o preživjelih „dot-comova” je i eBay. To je dioničko društvo osnovano 1995. godine, a 1998. godine www.ebay.com je krenuo u javnost. Sjedište je u San Joséu u Sjedinjenim Američkim Državama. Skraćeni je naziv od “Echo Bay”. Osnivač je Pierre Omidyar, a nudi uslugu aukcijske kupnje i prodaje. Ono što je posebno važno u današnjem vremenu, naročito po pitanju potreba zaštite sobnih podataka na internetu te raznih internetskih prijevara, eBay je razvio efikasnu online podršku i svoje korisnike upućuje na učlanjenje u svoj PayPal sistem koji predstavlja najsigurniji i najbrži način plaćanja diljem svijeta. eBay kupci i prodavatelji putem PayPala uživaju sto postotnu zaštitu od eventualnih prijevara, a ako kupac ne primi od prodavatelja kupljenu stvar, PayPal vraća novac za plaćenu stvar i poštarinu. ([https://hr.wikipedia.org/wiki/Google \(tvrka\)](https://hr.wikipedia.org/wiki/Google_(tvrka)), 18.07.2018.)

Uspjeh koji je postigao Omidyar poistovjećuje se s njegovom mišlju „Kada ne znate što očekivati, pripremite se za neočekivano“ (<http://www.picturequotes.com/pierreomidyarquotes>) Ovaj uspjeh zasigurno je na samom početku djelovao neočekivano, a danas ima oko 11.000 zaposlenih i promet od oko 6 milijardi dolara i platforme za prodaju ima u preko pedeset zemalja svijeta.

Slika 12: eBay i vlasnik Pierre Omidyar



Izvor: techlaunch.io

https://techlaunch.io/blog/coders-who-changed-the-world-pierre-omidyar_ (18.07.2018.)

4.2. Pouke i preporuke za budućnost

U posljednje vrijeme često se postavlja važno pitanje; hoće li u budućnosti kriptovalute postati zamjena za papirnati novac?

Kriptovaluta je vrsta digitalnog novca. Djeluje na osnovi kriptografskih algoritama. Ima sve osobine prave valute, osim šta iza njih ne stoji autoritet države i postoje samo u elektronskom obliku. Kriptovalute, zvane i virtualne ili digitalne valute postoje samo online; nije ih izdala niti ih nadzire središnja banka. Kriptovalutama se plaća na internetu, ali formalno gledajući, nisu novac. Novac kojim kupujemo ili plaćamo na internetu je kao i novac koji držimo u novčaniku. Ima jednaku vrijednost i ime (kune, euri, dolari itd.), a nadziru ga i reguliraju Hrvatska narodna banka, Europska središnja banka i druge međunarodne organizacije. Korijeni digitalnih valuta sežu u 1990-te. Prva povijesna kriptovaluta je Bitcoin. Za kriptovalute je bitna adresa, privatni ključ, blok-lanac, sporedni lanac, rudarenje, a kriptografija je asimetrična. Poslije su se pojavile i druge koje su preuzele rješenja iz bitcoina. Od važnijih su još uz Bitcoin, Litecoin, Dogecoin, Ripple i Peercoin. (<http://kriptovaluta.hr/>, 19.07.2018.)

Posljednjih godina može se primijetiti kako se papirnati novac sve manje koristi. Ljudi imaju novac na banci i koriste kartice za svoju kupovinu. Rijetki nose velike količine gotovine sa sobom, tako da je “peglanje kartica” vrlo popularan izraz. Kada imate karticu postaje svejedno koju valutu imate. Jer na kartici možete imati bilo koju valutu, a isto tako možete imati i Bitcoin. Sve je više mjesta na svijetu gdje se može kupovati Bitcoinom, a kako stoje stvari bit će ih još i više. Činjenica je da mnogi stručnjaci predviđaju da će papir kao sredstvo plaćanja u potpunosti nestati. Hoće li to biti tako ili ne vrijeme će pokazati.

Bitcoin je decentralizirana, distribuirana, anonimna platna mreža, a ujedno i virtualna kriptovaluta koju ta platna mreža koristi. Bitcoin platna mreža funkcionira pomoću kompleksnog algoritma. Transakcije u mreži Bitcoin (s velikim B) se bilježe u javnoj knjizi (popisu transakcija) koristeći vlastitu valutu, koja se također zove bitcoin (ali s malim slovom "b"). Plaćanja se provode na principu peer-to-peer mreže, bez središnje institucije ili jednog administratora. (<http://kriptovaluta.hr/>, 19.07.2018.)

Novi Bitcoinovi dodjeljuju se kao nagrada za obradu transakcija korisnicima koji nude svoju računalnu snagu za provjeru i spremanje uplata u javnoj knjizi. Ovi pojedinci ili tvrtke uključuju

se u aktivnosti održavanja Bitcoin mreže (tzv. "rudarenje") u zamjenu za transakcijske pristojbe i novonastale bitcoine. Osim rudarenjem, Bitcoin se mogu kupiti novcem (u kunama, eurima, dolarima ili bilo kojoj drugoj valuti) ili se dobivaju u zamjenu za proizvode i usluge.

Korisnici mogu slati i primati Bitcoine elektroničkim putem za neznatnu naknadu pomoću računalnih programa (tzv. "novčanika"), koji se mogu nalaziti na osobnom računalu, mobilnom uređaju ili na internetu kao web aplikacija. (<http://kriptovaluta.hr/>, 19.07.2018.)

Bitcoin kao način plaćanja za proizvode i usluge je u porastu. Trgovci prihvaćaju digitalnu valutu jer su naknade 2-3% niže nego kod kartičnih procesora. Europska bankarska agencija je upozorila da Bitcoin platnoj mreži nedostaje zaštite potrošača. Za razliku od kreditnih kartica, naknade za transakciju plaća kupac, a ne trgovac. Bitcoin transakcije su nepovratne - jednom izvršenu transakciju nije moguće poništiti. Komercijalna upotreba Bitcoin sustava je trenutno relativno mala u odnosu na njegovu uporabu od strane špekulanata koji zarađuju na cjenovnoj nestabilnosti (volatilnost) Bitcoina. Bitcoin se zbog svoje anonimnosti, kao i gotovina, može koristiti za ilegalne aktivnosti. U listopadu 2013. američki FBI zatvorio je "Silk Road" - online crno tržište i pritom su zaplijenili 144.000 bitcoina u vrijednosti 28,5 milijuna američkih dolara (prema tadašnjem tečaju). Odnos državnih institucija prema Bitcoinu varira od zemlje do zemlje, a u SAD-u i od savezne države do savezne države. U Njemačkoj Bitcoin ima status privatnog novca, u Danskoj i Ujedinjenom kraljevstvu se na trgovanje Bitcoinom ne plaća porez, a u većini zemalja EU se Bitcoin slobodno koristi. No, neke vlade su pak neprijateljski nastrojene prema Bitcoinu, primjerice, Rusija je zabranila korištenje Bitcoina, a u Kini kupnja Bitcoina podliježe ograničenjima (npr. kineske banke ne smiju poslovati sa Bitcoin tvrtkama).

Bitcoin za sada funkcionira na margini financijskog sustava. Ne izdaje ga središnja banka. Nije pod ingerencijom monetarnih vlasti i funkcionira bez ikakvih institucionalnih posrednika (banaka).

Na spomen Bitcoina mnogi se sjete investicijskih balona kroz povijest te Bitcoin poistovjećuju s „dot-com” balonom. Postavlja se pitanje, čeka li ista sudbina i Bitcoin kojeg neki nazivaju “majka svih balona”. U travnju 2010. godine cijena jednog Bitcoina iznosila je

0.003 dolara, dok se u prosincu 2017. godine njegova vrijednost popela na vrtoglavih 20.000,00 dolara nakon čega je u 2018. godini naglo počeo padati te sada iznosi oko 6400,00 dolara.

Dok neki stručnjaci predviđaju puknuće Bitcoin balona koje bi do kraja 2018. godine uzdrmalo svjetsko gospodarstvo, drugi smatraju kako bi vrijednost Bitcoina mogla porasti i do 50.000,00 dolara do kraja tekuće godine.

Hoće li se ponoviti povijest ili kriptovalute uistinu postaju zamjena za papirnati novac neka pokaže vrijeme.

Slika 13: Bitcoin



Izvor: Oracle times

<https://oracletimes.com/wp-content/uploads/2018/05/Bitcoin-btc.jpg>, (19.07.2018.)

5. ZAKLJUČAK

Gledano kroz povijest mogu se vidjeti sličnosti "dot-com" sloma sa drugim tehnološki baziranim rastom. Napredak željeznice 1840-ih godina, izum auta i radio uređaja u 1920-im godinama, razvoj tranzistora u 1950-im, izum originalnih kompjutera 1960-ih te napredak kućnih računala i biotehnologije u 1980-ima su sve događaji koji su obilježili svoje vremenske periode. Kroz nove izume i tehnologije jačao je rast ekonomije, ali u toj činjenici leži ključna razlika među njima – u broju ljudi koje su pogodili kad je došlo do krize. Osnovni sastojci su uvijek bili isti te se mogu svrstati pod ljudsku pohlepu i špekulaciju. Osvajanje prvog mjesta unutar tržišta i brzina kao konkurentska prednost su bile najčešće poslovne uzrečice internet kompanija i svijeta visoke tehnologije.

„Dot-com” balon je završio sa nizom propalih kompanija te izgubljenom velikom količinom novaca. Međutim, upravo iz tog balona su se izrodile najveće kompanije današnjice: Google, Amazon, eBay... Često se događa da takve najveće financijske krize proguraju stvarne projekte sa smislom i ciljem na vidjelo, te kasnije utječu na svjetsku ekonomiju na nepredvidiv način.

Anamarija J.

LITERATURA

Internet izvori:

1. Poslovni dnevnik, <http://www.poslovni.hr/trzista/euforija-svih-odstudenata-dotaksista-za-bitcoinom-budi-sjecanja-na-najpoznatije-financijske-balone-upovijestiindustrije-335518>, (15.07.2018.)
2. The Geography of Transport Systems, https://transportgeography.org/?page_id=9035, (15.07.2018.)
3. Poslovni dnevnik, <http://www.poslovni.hr/trzista/euforija-svih-odstudenata-dotaksista-za-bitcoinom-budi-sjecanja-na-najpoznatije-financijske-balone-upovijestiindustrije-335518>, (15.07.2018.)
4. Kripto valuta.hr, <https://www.kripto valuta.hr/vijesti/bitcoin-balon-predpuknucem/>, (16.07.2018)
5. Carnet.hr, <https://tesla.carnet.hr/mod/book/view.php?id=5428&chapterid=883>, (16.07.2018.)
6. Wikipedia, https://hr.wikipedia.org/wiki/Internet_u_Hrvatskoj, (16.07.2018.)
7. Investopedia, <https://www.investopedia.com/terms/n/neweconomy.asp>, (16.07.2018.)
8. Internet portal T-portal, <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/kako-su-shrvaniotacprofesor-i-odbjegli-znanstvenik-stvorili-silicijsku-dolinu-20170704/print>, (16.07.2018.)
9. Internet portal 24sata, <http://junior.24sata.hr/zanimljivosti/silicijska-dolina-sinonimjeza-tehnoloski-razvoj-i-napredak-301599>, (16.07.2018.)
10. Internet portal Express.hr, <https://www.express.hr/ekonomix/nije-sve-tako-divnoovoje-tamna-strana-silicijske-doline-6565>, (16.07.2018.)
11. Internet portal T-portal, <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/kako-su-u-stecajotislenajvece-svjetske-tvrtke-20170323>, (18.07.2018.)
12. Štednja blog, <http://stednja.blogspot.hr/2011/09/dot-com-slom-posljedicekrize.html>, (18.07.2018.)
13. Internet portal Večernji.hr, <https://www.vecernji.hr/vijesti/worldcomnajveci-bankrotuamerickoj-povijesti-720047>, (18.07.2018.)

14. Libertas.hr, <https://www.libertas.hr/za-studente/amazon-prica-o-uspjehukompanijevoja-nudi-sve/>, (18.07.2018.)
15. Wikipedia, [https://hr.wikipedia.org/wiki/Google_\(tvrtka\)](https://hr.wikipedia.org/wiki/Google_(tvrtka)), (18.07.2018.) 16.
Kriptoaluta.hr, <http://kriptoaluta.hr/>, (19.07.2018.)

POPIS FOTOGRAFIJA

Redni broj	Naslov	Stranica
1.	Faze razvoja balona	10
2.	Index cijena tulipana (1636.-1637.)	12
3.	Uspon i pad “dot-coma”	15
4.	Razvoj Arpanet mreže	18
5.	Silicijska dolina	22
6.	NorthPoint Communications Group, Inc., logo	24
7.	Pad Enron poduzeća	25
8.	Uspon i pad poduzeća Global Crossing, Enron i WorldCom	26
9.	“Dot-com” slom	28
10.	Amazon com i vlasnik Jeff Bezosa	30
11.	Google i osnivači Larry Page i Sergey Brin	32
12.	eBay i vlasnik Pierre Omidyar	33
13.	Bitcoin	36